

MARKETING PLAN

PROJEKTA

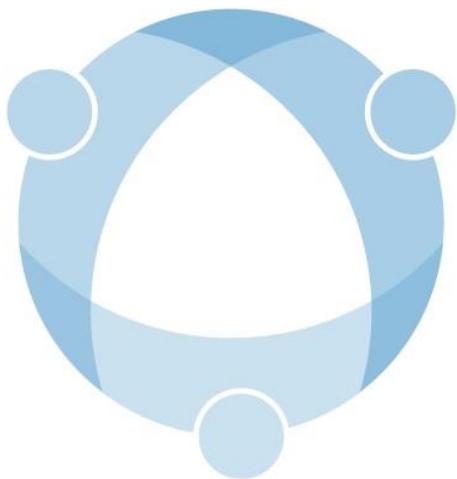
**„BUDIMO ZAJEDNO (BJELOVARSKO-BILOGORSKA ŽUPANIJA,
VARAŽDINSKA ŽUPANIJA I ZAGREBAČKA ŽUPANIJA)“**



Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.

Sadržaj

Sadržaj	2
Uvod	4
Ukratko o projektu	5
Projektno partnerstvo	6
Zakonska regulativa.....	12
Analiza situacije	14
Ciljevi marketing plana	16
Ciljevi projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“	17
Komunikacijski ciljevi	18
Ciljne skupine	22
Komunikacijske mjere i alati	24
Ključne poruke	26
Marketing plan	27
Marketing aktivnosti.....	28
Zajedničke marketing aktivnosti obuhvaćene specifičnim komunikacijskim ciljevima	29
Marketing plan – prikaz.....	32
Praćenje i vrednovanje	37
Prilozi.....	39
Smjernice za izradu vizualnog identiteta projekta projekt „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“	40
Smjernice za primjenu web platforme za komunikaciju i kolaboraciju	42
Smjernice za primjenu Facebook / Instagram / Youtube kanala	43
Informiranje, komunikacija i vidljivost projekata (ESI fondovi)	44
Vremenski tijek provedbe marketing aktivnosti.....	45



BUDIMO ZAJEDNO

Bjelovarsko-bilogorska županija,
Varaždinska županija i Zagrebačka županija

Uvod

Udruga specijalne policije iz Domovinskog rata RH u suradnji sa partnerima, Zbor udruga veterana hrvatskih gardijskih postrojbi, Udruga ratnih veterana 1. gardijske brigade "Tigrovi", Udruga veterana specijalne jedinice policije "Alfa" Zagreb, Udruga RAST, Zajednica udruga i članova hrvatskih vojnih invalida Domovinskog rata Bjelovarsko bilogorske županije, Udruga specijalne jedinice policije "Roda", Udruga specijalne policije "Omega" provodi projekt pod nazivom „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ koji ima za cilj, pružanjem usluga savjetovanja i psihosocijalne pomoći, pomoći u obavljanju svakodnevnih životnih djelatnosti i zdravstvene skrbi u domu korisnika doprinijeti većoj socijalnoj uključenosti i boljoj kvaliteti života ciljane populacije. Mjere i aktivnosti marketing plana usmjerene su na ostvarenje cilja informiranja javnosti i interesnih grupa te uspješno diseminiranje, vidljivost i realizaciju projekta.

Ukratko o projektu

Projekt „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ provodi Udruga specijalne policije iz Domovinskog rata RH u suradnji sa partnerima, Zbor udruga veterana hrvatskih gardijskih postrojbi, Udruga ratnih veterana 1. gardijske brigade "Tigrovi", Udruga veterana specijalne jedinice policije "Alfa" Zagreb, Udruga RAST, Zajednica udruga i članova hrvatskih vojnih invalida Domovinskog rata Bjelovarsko bilogorske županije, Udruga specijalne jedinice policije "Roda", Udruga specijalne policije "Omega. Projekt je ukupne vrijednosti u iznosu 1.990.769,19 kuna. Projekt se sufinancira iz Europskog socijalnog fonda, operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.–2020. u sklopu Poziva “Razvoj i širenje mreže izvaninstitucionalnih usluga za hrvatske branitelje i stradalnike Domovinskog rata” te u iznosu od 1.692.153,81 kuna. Razdoblje provedbe projekta je dvije godine (5.02.2020. - 5.02.2022.) i obuhvatit će hrvatske branitelje, stradalnike Domovinskog rata i članove njihovih obitelji (50 korisnika).

Osnovna svrha ovog projekta, odnosno izvaninstitucionalne podrške, je osigurati korisnicima da što duže žive i napreduju u svojim zajednicama umjesto da su prisiljeni odreći se neovisnosti i prijeći u instituciju. No, važno je da pristup bude individualiziran i u skladu s potrebama korisnika. S obzirom na opseg i kompleksnost ovog projekta kao i veliki broj korisnika s naglaskom na korisnike iz ruralnih područja nekolicina braniteljskih udruga usuglasila se kako je od velike važnosti osigurati dostupnost usluge korisnicima koji dolaze iz različitih područja. Zato se ovaj projekt "Budimo zajedno" odnosi na Bjelovarsko-bilogorsku županiju, Varaždinsku županiju i Zagrebačku županiju.

Projekt će se provoditi kroz dva segmenta kojima će se obuhvatiti svi vidovi potpore korisnicima i to na sljedeći način:

1. Pružanje usluga u kući prilikom obavljanja svakodnevnih životnih aktivnosti (odnosi se na zapošljavanje 6 osobnih pomoćnika/ica i 3 gerontodomaćina/ice).
2. Pružanje usluga zdravstvene skrbi (odnosi se na zapošljavanje medicinske sestre).

Cilj projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ je pružiti izvaninstitucionalnu uslugu pomoći u kući, namijenjenu hrvatskim braniteljima koji su zbog narušenog zdravlja, slabijeg ekonomskog statusa, samačkog života ili drugih otegotnih okolnosti suočeni s poteškoćama u obavljanju svakodnevnih životnih aktivnosti i društvenom isključenošću.

Kroz pružanje usluga pomoći u kući prilikom obavljanja svakodnevnih aktivnosti na područjima Bjelovarsko-bilogorske, Varaždinske i Zagrebačke županije očekuje se povećana socijalna uključenost i kvaliteta življenja za 50 hrvatskih branitelja. Korisnicima se omogućuje pružanje medicinske pomoći koja se može pružiti u domu korisnika, a za što će se pobrinuti kvalificirana medicinska sestra.

Projektno partnerstvo

Prijavitelj: Udruga specijalne policije iz Domovinskog rata RH je organizirana kao nevladina, nestranačka i neprofitna organizacija, samostalna, slobodna i dragovoljna udruga koja je osnovana radi zaštite i promicanja zajedničkih braniteljskih interesa i ciljeva, svojim statutom, temeljem članka 11. "Ciljevi USPD RH" potvrđuje organizirano pružanje potpore i pomoći članova Udruga specijalnih policija radi prevladavanja njihovih socijalnih, zdravstvenih, psiholoških, pravnih i drugih životnih poteškoća. Materijalnu pomoć socijalno najugroženijim članovima i članovima njihovih obitelji. Programsko usmjerenje udruge uključuje; promicanje vrijednosti Domovinskog rata, održavanje sjećanja na herojska djela, žrtva i idealne pripadnika Specijalne policije iz Domovinskog rata u obrani suvereniteta Republike Hrvatske i zaštita društvenog statusa, dostojanstva, časti, ugleda i vitalnih interesa članova te obitelji poginulih, nestalih, ranjenih i teško bolesnik pripadnika Specijalne policije iz Domovinskog rata.

USPD RH korisnik je institucionalne podrške Nacionalne zaklade za razvoj civilnog društva te djeluje u okviru 9. Centra znanja unutar kojeg se provode istraživanja i analize javnih politika iz područja djelovanja, prenose se specifična znanja u Republici Hrvatskoj, razvijaju se društveni potencijali te se zagovaraju pozitivne društvene promjene. Trenutno provode projekte iz područja psihosocijalnog osnaživanja hrvatskih branitelja i članova njihovih obitelji putem grupnih i individualnih terapija koje provode stručnjaci. Projekti iz područja promicanja vrijednosti Domovinskog rata provode se putem organizacije zajedničkih obilježavanja obljetnica ratnih događanja, organizacije edukativnih i kulturnih događaja čime se doprinosi očuvanju uspomene na najvažnije događaje u Domovinskom ratu. Redovitim slanjem priopćenja i objava u medije USPD RH promiče pozitivnu sliku branitelja u javnosti i izvještavao o svom radu poštujući načelo transparentnosti rada udruge. Nadalje, udruga provodi projekt izgradnje Spomen kuće na Velebitu koja će postati atraktivna točka povijesnog i ratnog turizma, kroz uključivanje branitelja prekvalificiranih za turističke vodiče i uključivanje lokalnog stanovništva - projekt vrijedan cca 2.000.000,00 kn, čije je djelomično sufinanciranje odobreno od sredstava Ministarstva hrvatskih branitelja. Također, izdana je i fotomonografija "Specijalna policija u Domovinskom ratu 1990. - 1996." koja uključuje fotografije iz arhiva MUP-a RH i privatnog arhiva članova USPD RH unutar koje se prenosi istina o Domovinskom ratu i nemjerljivom doprinosu Specijalne policije u njemu što je u skladu sa statutom udruge.

Uz prijavitelja na projektu aktivno sudjeluje 7 organizacija civilnog društva, uključivo: Zajednicu udruga i članova hrvatskih vojnih invalida Domovinskog rata Bjelovarsko-bilogorske županije, Zbor udruga veterana hrvatskih gardijskih postrojbi, Udrugu ratnih veterana specijalne jedinice policije "Alfa" Zagreb, Udrugu specijalne policije "Omega", Udrugu specijalne jedinice policije "Rode", Udrugu ratnih veterana 1. gardijske brigade "Tigrovi", a po pitanju psihosocijalne pomoći surađivat će se i s Udrugom RAST. Sve uključene udruge aktivno se javljaju na nacionalne, regionalne i lokalne javne pozive OCD-ovima za prijavu projekata usmjerenih psihološkom i socijalnom osnaživanju te podizanju kvalitete života hrvatskih branitelja te uspješno provode odobrene aktivnosti.

Svi OCD-ovi koji sudjeluju u ovom projektu dokazali su kvalitetu svog djelovanja kroz institucionalni, organizacijski i programski razvoj, visoku razinu umreženosti u svom djelovanju područja te kvalitetu modela prijenosa znanja. U svrhu uključivanja jedinica lokalne i regionalne samouprave prijavitelj je ishodio više pisama potpore od gradova i županija koji su spremni pružiti pomoć u provedbi.

Partner 1: Zbor udruga veterana hrvatskih gardijskih postrojbi je samostalna, slobodna i dragovoljna udruga osnovana 2011. godine radi zaštite i promicanja zajedničkih braniteljskih interesa i ciljeva. Zbor djeluje na području Grada Zagreba, kao i na području Republike Hrvatske, a organiziran je kao nevladina, nestranačka i neprofitna organizacija. Ciljevi udruge su oživotvorenje deklaracije o Domovinskom ratu, zaštita digniteta i vrijednosti Domovinskog rata kao temelja moderne hrvatske države, zajedno s nadležnim državnim institucijama inzistirati na dostojnom provođenju svih odredbi Zakona o pravima hrvatskih branitelja te drugih zakonskih i podzakonskih akata kojima se reguliraju prava hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata, kao moralna snaga društva voditi računa o zaštiti vitalnih nacionalnih interesa Republike Hrvatske u smislu zaštite neovisnosti, suvereniteta i teritorijalnog integriteta te izgradnje pravednog društva te puna društvena reintegracija članova Udruge kroz uključivanje u tijela državne vlasti i uprave te druge društvene institucije (Sabor, ministarstva, županije, gradovi, općine, upravne i nadzorne odbore te kulturne i sportske institucije). ZUV HGP okuplja u članstvo udruge gardijskih brigada s područja Republike Hrvatske

Partner 2: Udruga ratnih veterana 1. gardijske brigade "Tigrovi" je osnovana je 2007. godine sa sljedećim ciljevima: čuvanje i njegovanje tradicije i digniteta postrojbe 1.gardijske brigade "Tigrovi" iz Domovinskog rata, promocija i zastupanje te zaštita interesa dragovoljaca i branitelja pripadnika postojbe 1. gardijske brigade "Tigrovi" iz Domovinskog rata,promicanje hrvatskih nacionalnih, povjesnih,kulturnih i drugih vrednota, promicanje i oplemenjivanje moralnih i etničkih vrijednosti ratne postrojbe 1. gardijske brigade "Tigrovi", sjećanje na poginule i nestale pripadnike postrojbi 1. gardijske brigade "Tigrovi",čuvanje i promicanje vrednota Domovinskog rata. Aktivnosti koje udruga provodi obuhvaćaju informiranje javnosti o radu Udruge kroz sve vrste javnih medija, obilježavanje važnih obljetnica 1. gardijske brigade "Tigrovi", pomoć članovima Udruge u ostvarivanju prava i statusa kod državnih tijela i drugih institucija, organiziranje kulturnih, zabavnih, sportskih, rekreativnih i sličnih manifestacija te raznih druženja i izleta, pomoć i pokretanje humanitarnih aktivnosti i događanja; organiziranje raznih radionica, predavanja, seminara i drugih edukacijskih aktivnosti; organiziranje promotivnih aktivnosti na prezentaciji monografske građe i kulturno umjetničkih aktivnosti članova Udruge. Udruga je također aktivna u suradnji sa srodnim udrugama i koordinacijom Udruga iz Domovinskog rata, nadležnim organima Grada Zagreba, Općine i Županije, odgojno-obrazovnim institucijama; razvija programe međunarodne suradnje te potiče uključivanje u rad s udrugama srodnih ciljeva i djelatnosti. URV 1.gbr "Tigrovi" je korisnik Institucionalne podrške za stabilizaciju ili razvoj udruge, Nacionalne Zaklade za razvoj civilnog društva i Ministarstva Hrvatskih branitelja.

Partner 3: Udruga veterana specijalne jedinice policije "Alfa" Zagreb je registrirana je 25. svibnja 2004. godine, a djeluje na području Grada Zagreba i Županije zagrebačke. Osnovne djelatnosti udruge su zaštita statusa i promicanja interesa i ciljeva članova udruge te promicanje i održanje identiteta postrojbe SJP ALFA dostojnim obilježavanjem događaja Domovinskog rata. Glavni cilj udruge je promicanje općih i zajedničkih, socijalnih, pravnih, nacionalnih, strukovnih, informacijskih, športskih, kulturnih i drugih interesa, te zajedničkih uvjerenja, bez namjere stjecanja dobiti. Udruga je aktivna u području čuvanja uspomena na Domovinski rat i na herojska djela njegovih sudionika te iniciranjem i sudjelovanjem u njegovom znanstvenom, umjetničkom, vjerskom i spomeničkom iskazivanju; zaštitom časti i dostojanstva poginulih u Domovinskom ratu i dostojnim obilježavanjem godišnjica poginulih i umrlih članova Jedinice. Jedan od bitnih segmenata rada udruge je organiziranje pomoći članovima obitelji poginulih i umrlih pripadnika Jedinice kao i članovima Udruge i njihovim obiteljima (između ostaloga prikupljanjem novčane pripomoći teško bolesnim članovima Udruge, socijalno najugroženijim članovima Udruge, kao i obiteljima poginulih i umrlih). Udruga već godinama sudjeluje u organizaciji ljetnih kampova djece i mladih, čiji je cilj zajedničkim druženjem sudionika iz različitih krajeva Hrvatske prevenirati sve oblike netrpeljivosti prema ljudima iz drugih krajeva Hrvatske, drugog spola i vjeroispovijesti (poticanje tolerancije i suživotu kroz razna praktična predavanja). Tijekom travnja 2020. udruga je organizirala pomoć braniteljima i članovima njihovih obitelji koji su pretrpjeli štetu uslijed potresa koji je u ožujku 2020. oštetio mnoga kućanstva u Zagrebu i okolici.

Partner 4: Udruga RAST je osnovana je 2003. godine te je u početku djelovala samo s jednom sekcijom – Športskim društvom veterana Domovinskog rata. Razvojem Udruge došlo je i do proširenja ciljeva Udruge, pa se tako današnji ciljevi svode na provođenje programa edukativnog, odgojnog, psihosocijalnog, sportskog, informativnog, znanstvenog, savjetodavnog te humanitarnog rada u svrhu poticanja ljudskih vrijednosti, razvoja pojedinaca, obitelji, grupa i zajednica.

Područja djelovanja Udruge su branitelji i stradalnici Domovinskog rata, njihovi članovi obitelji, djeca i mladi. Obrazovanje, znanost i istraživanje, ljudska prava, zaštita zdravlja, socijalna djelatnost, međunarodna suradnja, mediji i sport neke su od tema s kojima se Udruga susreće svakodnevno kroz svoje projekte i aktivnosti.

Udruga Rast aktivno radi na organiziranju i provođenju programa iz niza područja, s naglaskom na aktivnom i zdravom fizičkom i mentalnom životu pojedinca koji se postepeno integrira u društvo. Sukladno tome, Udruga nastoji izdavati knjige, priručnike, članke i ostalu stručnu literaturu koja može pomoći ciljanoj skupini Udruge. Udruga aktivno sudjeluje i u organizaciji i posredovanju u prikupljanju i podjeli humanitarne materijalne pomoći.

Partner 5: Zajednica udruga i članova hrvatskih vojnih invalida Domovinskog rata Bjelovarsko bilogorske županije je osnovana 1997. godine u cilju socijalne i pravne zaštite hrvatskih ratnih vojnih invalida Domovinskog rata, te promicanja, razvitka i unapređenja vrijednosti Domovinskog rata, kao i njegovih žrtava. Udruga provodi aktivnosti kojima se potiče realizacija socijalne zaštite i pružanje besplatne pravne pomoći članovima te aktivno sudjeluje u

prijedlozima izrade novih akata u suradnji sa nadležnim državnim institucijama RH. Glavni fokus aktivnosti udruge jest briga o osiguravanju uvjeta reprofesionalizacije i adekvatnog zapošljavanja svojih članova, kao i briga o osiguravanju uvjeta za aktivno sudjelovanje članova u svim oblicima društvenog i političkog života. Također se bavi promicanjem tjelesne kulture (sport i rekreacija) radi unapređenja opće zdravstvene sposobnosti svojih članova. Udruga je aktivno uključena u planiranje rada zajednice, te provođenje projekata i programa od interesa za opće dobro, posebice aktivnosti usmjerenih zaštiti prava članstva i promicanju vrijednosti Domovinskog rata. Jedna od bitnih aktivnosti udruge jest organiziranje humanitarnih aktivnosti sukladno važećim zakonskim propisima.

Partner 6: Udruga specijalne jedinice policije "Roda" je nevladina organizacija, čiji je primarni cilj što učinkovitija skrb za sve ratne stradalnike pripadnike Specijalne Jedinice Policije PU Varaždinske «Roda» iz redova hrvatskih branitelja i njihovih obitelji. Aktivnosti udruge obuhvaćaju organiziranje humanitarne pomoći socijalno ugroženim članovima Udruge i članovima njihovih obitelji, te organiziranje društvenih, kulturnih, vjerskih i športsko-rekreativnih aktivnosti svojih članova. Ostale zadaće udruge odnose se na obaviješćivanje članova o njihovim zakonskim pravima i pomoć u njihovu ostvarivanju, promicanje interesa članova, suradnju s odgovarajućim Gradskim i Županijskim tijelima i drugim institucijama radi zadovoljavanja potreba, interesa i zaštite statusa ratnih veterana, policajaca-specijalaca. Udruga se također bavi prikupljanjem dokumentacije o Domovinskom ratu na svom području, kao i održavanjem sjećanja i čuvanje ugleda, časti i slave poginulih sudionika Domovinskog rata. Udruga aktivno surađuje s Hrvatskom vojskom i Ministarstvom unutarnjih poslova. Udruga specijalne jedinice policije "Roda" Varaždin je korisnik institucionalne podrške Nacionalne zaklade za razvoj civilnog društva i Ministarstva hrvatskih branitelja.

Partner 7: Udruga specijalne policije "Omega" je osnovana 2001. godine u cilju promicanja općih i zajedničkih socijalnih, pravnih i dr. interesa te neprekidno djelovanje na ostvarivanju cjelovite skrbi za članove Udruge i njihove obitelji. Djelatnosti Udruge ostvaruju se, između ostaloga, organiziranjem pružanja pomoći u prevladavanju socijalnih, zdravstvenih, psiholoških, pravnih i obiteljskih teškoća članova Udruge kao i članova njihovih obitelji. Udruga se bavi i organiziranjem humanitarne pomoći socijalno ugroženim članovima Udruge i članovima njihovih obitelji te organiziranjem kulturnih, športskih i drugih djelatnosti radi pomoći socijalnoj reintegraciji članova Udruge i unapređenja kvalitete života članstva. Također, jedna od aktivnosti udruge odnosi se na promicanje tjelesne kulture (sport i rekreacija) radi unapređenja sposobnosti članova. Udruga surađuje s nadležnim državnim tijelima, institucijama i drugim državnim ustanovama, u cilju dosljednosti provođenja odredbi svih zakonskih i podzakonskih akata, posebice kod reguliranja statusa članova Udruge. Uz navedeno, udruga organizira i sponzorira stručno-forumske djelatnosti (stručni i znanstveni skupovi, okrugli stolovi, tribine...) radi iznošenja istine o Domovinskom ratu u zemlji i inozemstvu, u svrhu čuvanja uspomena na Domovinski rat i na herojska djela njegovih sudionika.

	Projektna aktivnost	Odgovorni partneri
Aktivnosti A1	<p>Pružanje usluga u kući u obavljanju svakodnevnih životnih aktivnosti</p> <p>Mjerljivi ishodi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zaposleno je 9 osoba (3 gerontodomaćina/ćice i 6 osobnih pomoćnika/ice) čiju uslugu koristi 50 pripadnika ciljne skupine; - 50 pripadnika ciljne skupine je povećana kvaliteta života u obavljanju svakodnevnih životnih aktivnosti; - osposobljeno je 3 gerontodomaćina/ice (zaprmljeni certifikati po završetku osposobljavanja); - nabavljeno službeno vozilo za uslugu prijevoza i pratnje pripadnika ciljne skupine; - osposobljeno je 6 osobnih pomoćnika/ice putem tečaja zaštite na radu (zaprmljeni certifikati po završetku tečaja); - nabavljena oprema za provedbu projektnih aktivnosti (povezanih s pružanjem usluga ciljnim skupinama). 	<p>ZUV HGP</p> <p>Udruga ratnih veterana 1. gardijske brigade "Tigrovi"</p> <p>Udruga veterana specijalne jedinice policije "Alfa" Zagreb</p> <p>Udruga RAST</p> <p>Zajednica udruga i članova hrvatskih vojnih invalida Domovinskog rata Bjelovarsko bilogorske županije</p> <p>Udruga specijalne jedinice policije "Roda"</p> <p>Udruga specijalne policije "Omege"</p>
A2	<p>Pružanje usluga zdravstvene skrbi</p> <p>Mjerljivi ishodi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zaposlena 1 medicinska sestra/tehničar; - nabavljena oprema za pružanje usluge zdravstvene skrbi; - održane 2 edukacije o važnosti zdrave prehrane i vježbanja na zdravstveno stanje (medicinska sestra/tehničar); - pružanje usluga zdravstvene skrbi za 15 pripadnika ciljne skupine koje zadovoljavaju različite potrebe pripadnika ciljne skupine. 	<p>ZUV HGP</p> <p>Udruga ratnih veterana 1. gardijske brigade "Tigrovi"</p> <p>Udruga veterana specijalne jedinice policije "Alfa" Zagreb</p> <p>Udruga RAST</p> <p>Zajednica udruga i članova hrvatskih vojnih invalida Domovinskog rata Bjelovarsko bilogorske županije</p> <p>Udruga specijalne jedinice policije "Roda"</p> <p>Udruga specijalne policije "Omege"</p>

V	Promidžba i vidljivost	ZUV HGP
---	-------------------------------	---------

Mjerljivi ishodi:

- izrađen vizualni identitet projekta;
- izrađen promo materijal (brošura, letaka, A3 plakata, promotivnih vrećica, kemijskih olovaka i sl.);
- informacije o provedbi projekta objavljujane na društvenim mrežama i 5 web stranica (3 objave mjesečno);
- nadogradnja 1 web stranica.

PM	Upravljanje projektom i administracija	ZUV HGP
----	---	---------

Mjerljivi ishodi:

- održano 12 sastanaka svih projektnih partnera/projektnog tima;
 - izrađeno 7 izvješća o napretku provedbe;
 - izrađeno završno izvješće o napretku.
-

Zakonska regulativa

U provedbi će se pratiti cilj Strategije vijeća Europe 2017. - 2023., kao i Nacionalne strategije izjednačavanja mogućnosti za osobe s invaliditetom 2017.-2020. Projekt je relevantan i zbog izravne sveze sa Strateškim planom Ministarstva hrvatskih branitelja 2019.-2021., točka 4. Razvoj strateških inicijativa za kvalitetu življenja hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata te članova njihovih obitelji (4.1. Razvoj projekta za podizanje kvalitete življenja hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata te članova njihovih obitelji u programskom razdoblju 2014.-2020.), te sa Strategijom zapošljavanja socijalno ugroženih skupina (4.2. Zapošljavanje i pristup zapošljavanju).

Strateške inicijative prije svega su usmjerene inovativnim projektima kojima se podiže kvaliteta življenja braniteljske i stradalničke populacije kroz zaštitu interesa i digniteta svih sudionika rata - hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata te članova njihovih obitelji, osoba stradalih pri obavljanju vojnih i redarstvenih dužnosti u okviru mirovnih snaga i misija te stradalih pirotehničara.

Ministarstvo provodi strateške inicijative u skladu s javnim politikama Republike Hrvatske te politikama i aktivnostima Europske unije, a posebice onima koje se odnose na socijalno uključivanje, ljudska prava, izobrazbu, zapošljavanje, poduzetništvo, primjenu informacijski h i komunikacijski h tehnologija, odnosno kvalitetu javnih usluga.

Navedeni opći cilj (4. Razvoj strateških inicijativa za kvalitetu življenja hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata te članova njihovih obitelji) proizlazi iz:

- Zakona o hrvatskim braniteljima iz Domovinskog rata i članovima njihovih obitelji (NN 121/17)
- Zakona o zaštiti vojnih i civilnih invalida rata (NN 33/92, 57/92, 77192, 27/93, 58/93, 02/94, 76/94, 108/95, 82/01J, 13/03, 148/13)
- Zakona o udrugama (NN 74/14 i 70/17)
- Strategije razvoja poduzetništva Republike Hrvatske 2013. - 2020. (NN 136/13)
- Strategija EUROPA 2020., Europske strategije za pametan, održiv i uključiv rast (COM 2010, 2020)
- Sporazuma o partnerstvu između Republike Hrvatske i Europske komisije za korištenje Europskih strukturnih i investicijskih fondova za rast i radna mjesta u razdoblju 2014.-2020.
- Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014.-2020. Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020.

- Nacionalnog programa psihosocijalne i zdravstvene pomoći sudionicima i stradalnicima iz Domovinskog rata, Drugog svjetskog rata te povratnicima iz mirovnih misija
- Strategije borbe protiv siromaštva i socijalne isključenosti u Republici Hrvatskoj 2014. - 2020.
- Nacionalnog programa reformi 2017. i Plan konvergencije Republike Hrvatske za razdoblje 2017. – 2020

Projekti Ministarstva i drugih dionika u programskom razdoblju 2014. - 2020. u kojima se kao krajnji korisnici pojavljuju hrvatski branitelji i stradalnici Domovinskog rata te članovi njihovih obitelji u potpunosti su usklađeni sa strateškim ciljevima Ministarstva i strategijom „Europa 2020“. Naglasak je stavljen na multidimenzionalni pristup koji kombinira obrazovne, zdravstvene i socijalne politike te aktivne mjere zapošljavanja smanjujući pritom pojavnost siromaštva i nejednakosti, ali i potičući dugoročnu održivost samih projekata.

Analiza situacije

Potreba za razvojem sustavne skrbi namijenjene osobama koje su suočene s posljedicama rata proizlazi iz činjenice da je, prema službenim evidencijama Ministarstva, oko 25% stanovnika Republike Hrvatske tijekom Domovinskog rata bilo izloženo izravnom ratnom stresu. Dugoročne posljedice koje je rat ostavio na tjelesno i psihičko zdravlje žrtava primarne i sekundarne viktimizacije zahtijeva posebno organiziran sustav skrbi, kao i daljnji razvoj tog sustava, a koji uključuje programe psihosocijalne integracije u društvo te poboljšanje kvalitete življenja ove posebno ranjive društvene skupine. U skladu s navedenim, postoji potreba za psihosocijalnom skrbi koja objedinjuje dokazano djelotvorne psihosocijalne programe i programe zapošljavanja te razvija nove programe. Ta potreba očituje se u činjenici da je 2016. godine 30.559 korisnika zatražilo pomoć u PSP centrima Ministarstva, a izvršeno je 41.820 intervencija uključujući i izlaske na teren.

Najtraženiji oblici pomoći su psihosocijalna pomoć odnosno savjetovanje koja je prema službenim podacima Ministarstva 2016. godine pružena 10.423 puta te pravna pomoć vezana uz tumačenje Zakona o pravima hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata i članova njihovih obitelji (NN 174/04, 92/05, 02/07, 107/07, 65/09, 137/09, 146/10, 55/11, 140/12, 19/13, 33/13, 148/13, 92/14), koji je tada bio na snazi, a koja je pružena 8.781 puta. U 2017. godini, broj intervencija PSP centara dodatno je porastao te je do kraja listopada izvršeno 54.530 intervencija za 45.862 korisnika. Budući da su u 21 PSP centru u 2017. godini radile 92 osobe, a uzimajući u obzir velik broj korisnika koji im se godišnje javlja, vidljivo je kako su PSP centri preopterećeni te je potrebna nadogradnja sustava pružanja psihosocijalne pomoći hrvatskim braniteljima i stradalnicama Domovinskog rata.

U ožujku 2016. godine provedeno je ispitivanje i analiza stanja u sustavu pružanja psihosocijalne pomoći hrvatskim braniteljima iz Domovinskog rata i članovima njihovih obitelji. Analizom su obuhvaćeni djelatnici područnih jedinica Ministarstva i honorarni suradnici PSP centara. Više od polovice ispitanih djelatnika PSP centara ističe da se danas najveći broj korisnika suočava s financijskim problemima (siromaštvo, nezaposlenost, ovrhe, dugovanja i slično - 59%) zatim zdravstvenim problemima (kronične bolesti, starost i liječenje 31%) te psihološkim problemima (usamljenost, obiteljski problemi, nasilje, razvodi te nisko samopoštovanje - 10%).

Kao posebno osjetljiva kategorija hrvatskih branitelja ističu se hrvatski ratni vojni invalidi koji su u konstantnoj opasnosti od daljnjeg pogoršavanja zdravstvenih tegoba, ali i isključenosti iz društvenih procesa kao posljedice trajno narušenog zdravstvenog stanja.

Više od dvadeset godina nakon završetka Domovinskog rata PSP centrima koji djeluju u sastavu Ministarstva godišnje se obraća više od 35.000 osoba. Kao primarni razlog obraćanja 33% korisnika navodi potrebu pružanja psihosocijalne pomoći što pokazuje kako se radi o kategoriji korisnika koja iziskuje posebnu skrb i druge kvalitetne oblike psihosocijalne pomoći.

Članovi obitelji poginulih hrvatskih branitelja iz Domovinskog rata također zahtijevaju posebnu skrb zajednice, budući da se radi o osobama koje osjećaju negativne posljedice traume uzrokovane gubitkom voljene osobe, što u velikom broju slučajeva ostavlja trajne psihičke posljedice, a može dovesti i do fizičkih posljedica u vidu razvoja bolesti uzrokovanih stresom. Nadalje, 333 hrvatska branitelja iz Domovinskog rata smatraju se nestalima te su članovi njihovih obitelji izloženi kontinuiranom stresu koji na njih također ostavlja trajne psihofizičke posljedice.

Pri analizi strukture populacije hrvatskih branitelja (listopad 2017. godine) vidljivo je kako je od ukupno 505.694 hrvatska branitelja iz Domovinskog rata, 386.187 bez statusa hrvatskog ratnog vojnog invalida, tj. gotovo 390 tisuća hrvatskih branitelja ne ostvaruje nikakva trajna novčana prava. Također, prema podacima Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje, 83 tisuće hrvatskih branitelja ne radi i nema uvjete za mirovinu.

Prema podacima studije „Demografska i socioekonomska obilježja hrvatskih branitelja“, koju je provelo Ministarstvo u suradnji s Državnim zavodom za statistiku, 23% hrvatskih branitelja izjavilo je kako se suočavaju s poteškoćama u obavljanju svakodnevnih aktivnosti zbog dugotrajne bolesti, invalidnosti ili starosti. Također, prema vrsti teškoća podaci pokazuju kako su najzastupljenije ostale teškoće, kao što su teškoće i oštećenja drugih organa i organskih sustava (56,3%) i teškoće s kretanjem (36,3%).

Ciljevi marketing plana

Osnovni cilj marketing plana projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ jest povećanje razumijevanja problematike hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata kao posebno osjetljive skupine, smanjenje pobola i smrtnosti ciljane skupine te unapređenje zdrave socijalizacije. Pružanjem usluga savjetovanja i psihosocijalne pomoći, pomoći u obavljanju svakodnevnih životnih djelatnosti i zdravstvene skrbi u domu korisnika doprinijet će se većoj socijalnoj uključenosti i boljoj kvaliteti života ciljane populacije. Važan aspekt marketing plana je stvaranje platforme za suradnju među dionicima projekta, kao i upoznavanje javnosti s njegovim ciljevima i rezultatima. Marketing plan postavlja temelj za motivaciju i uključivanje zainteresirane javnosti u aktivnostima planiranim u sklopu projekta. Svrha ovoga dokumenta je definiranje pravodobnog i učinkovitog pružanja informacija svim dionicima projekta i prezentacija realizacije pojedinih projektnih segmenata općoj javnosti, s ciljem stvaranja svijesti o važnosti unaprjeđenja i pružanja izvaninstitucionalnih usluga za hrvatske branitelje i stradalnike Domovinskog rata.

Ciljevi projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“

Ciljevi projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ mogu se podijeliti na opći cilj, horizontalne ciljeve te specifične pokazatelje provedbe.

Opći cilj

Opći cilj projekta jest je smanjenje pobola i smrtnosti hrvatskih branitelja te unapređenje zdrave socijalizacije.

Horizontalni ciljevi

1. Osnovati projektno partnerstvo, provesti planirane sastanke sa partnerima.
2. Osigurati učinkovito upravljanje projektom te ispravnu, kvalitetnu i pravovremenu provedbu projekta.
3. Postići vidljivost i prepoznatljivost projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ te njegovih rezultata.

Specifični pokazatelji provedbe

1. Broj hrvatskih branitelja i članova njihovih obitelji i stradalnika Domovinskog rata – 50 sudionika
2. Broj pružatelja socijalnih usluga koji provode projekte – 8 pružatelja socijalnih usluga

Komunikacijski ciljevi

Opći cilj

U svrhu prezentiranja projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ kao projekta koji pružanjem usluga savjetovanja i psihosocijalne pomoći, pomoći u obavljanju svakodnevnih životnih djelatnosti i zdravstvene skrbi u domu korisnika doprinosi većoj socijalnoj uključenosti i boljoj kvaliteti života ciljane populacije, bitno je kvalitetno predstaviti sve ciljeve dionicima i svim ciljnim skupinama, kako bi se dobila što veća informiranost i podrška, kako za sam projekt, tako i za nastavak rada na socijalnoj uključenosti i unaprijeđenja kvalitete življenja hrvatskih branitelja i stradalnika Domovinskog rata.

Specifični ciljevi

Specifični ciljevi marketing strategije su:

- Uspostava učinkovite komunikacije i suradnje između svih partnera na projektu,
- Razvijanje prepoznatljivog vizualnog identiteta projekta i stvaranje „brenda“,
- Kontinuirano informiranje svih dionika i javnosti o realizaciji pojedinih definiranih aktivnosti na projektu,
- Uspostava što kvalitetnije suradnje između partnera te svih dionika i ciljnih skupina,
- Podizanje svijesti o značaju samog projekta i potencijalnim budućim prilikama za cjelokupnu zajednicu, poticanje suradnje različitih sektora.

Rezultati uspjeha

Ispunjenje ciljeva iz Komunikacijske strategije prati se kroz mjerljive indikatore uspjeha:

- ✓ Prepoznatljiv vizualni identitet projekta,
- ✓ Razina svijesti o projektu „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ u javnosti,
- ✓ Razina dostupnosti informacija o projektu „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ među ciljnim skupinama,
- ✓ Sastanci partnera na mjesečnoj bazi.

Horizontalni komunikacijski cilj

Horizontalni komunikacijski cilj je postići vidljivost i prepoznatljivost projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ i njegovih rezultata.

Specifični komunikacijski ciljevi

- Izrada marketing plana i vizualnog identiteta projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“
- Izrada i djelovanje komunikacijskih alata,
- Izrada promotivnih materijala i promotivnog filma završne konferencije,
- Organizacija promotivnih događanja.

Indikativni pokazatelji uspješnosti

Komunikacijske mjere	Komunikacijski alat	Pokazatelj uspješnosti
Oblikovanje vizualnog identiteta projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“	Logotip i drugi elementi za oblikovanje vizualnog identiteta	Izrađen logotip; izrađeni drugi vizualni elementi poput vizuala za društvene mreže i događaje, dizajniran promidžbeni materijal
Uspostava središnje komunikacijske točke između projektnih partnera	Specijalizirana adresa elektroničke pošte	Broj kontaktiranih dionika; broj individualnih savjetovanja
Dostupnost informacija na internetu	Službena web stranica (ili posebna kartica na web stranici Prijavitelja) i profili na društvenim mrežama	Statistika posjeta stranica; broj odgovorenih upita građana/dionika
Interna komunikacija i koordinacija dionika	Organiziranje internih sastanaka, radionica, konferencija; Provođenje istraživanja, analiza i vrednovanja aktivnosti u svrhu izvještavanja o rezultatima provedbe	Broj sastanaka, konferencija, radionica; broj sudionika; Izrađena godišnja izvješća o provedbi

Komunikacijske mjere	Komunikacijski alat	Pokazatelj uspješnosti
Održavanje javnih događanja	Organiziranje javnih radionica, konferencija i sl.	Broj održanih konferencija, radionica i drugih javnih događanja; Broj posjetitelja/sudionika
Informiranje javnosti putem informativno-edukativnog materijala	Izrada i distribucija publikacija, letaka, brošura, plakata i ostalog informativno-edukativnog materijala	Broj distribuiranih publikacija, letaka, brošura i ostalog informativno-edukativnog materijala
Osiguranje medijske vidljivosti objave u medijima	Provođenje medijskih kampanja, oglašavanje i sudjelovanje u medijima	Broj (kvantitativno i kvalitativno)

Ciljne skupine

Prema glavnim ciljevima i stupnju uključenosti u sam projekt potrebno je definirati ciljne skupine prema kojima su upućene aktivnosti.

Ključni dionici

- Udruga specijalne policije iz Domovinskog rata RH,
- Ministarstvo hrvatskih branitelja,
- Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku,
- Zbor udruga veterana hrvatskih gardijskih postrojbi
- Udruga ratnih veterana 1. gardijske brigade "Tigrovi"
- Udruga veterana specijalne jedinice policije "Alfa" Zagreb
- Udruga RAST
- Zajednica udruga i članova hrvatskih vojnih invalida Domovinskog rata Bjelovarsko bilogorske županije
- Udruga specijalne jedinice policije "Roda"
- Udruga specijalne policije "Omega".

Ciljne skupine

- hrvatski branitelji,
- članovi obitelji hrvatskih branitelja,
- stradalnici Domovinskog rata (dijete, udovac/ica i roditelj smrtno stradalog, zatočenog ili nestaloga hrvatskog branitelja iz Domovinskog rata, hrvatski ratni vojni invalid iz Domovinskog rata i/ili njegovo dijete, ratni i civilni invalid rata, dijete civilnog invalida Domovinskog rata, dijete poginulog, umrlog ili nestaloga ratnog i civilnog invalida rata),
- udruge iz Domovinskog rata.

Provedba Komunikacijske strategije, odnosno kontinuirana suradnja i komunikacija svih partnera na Projektu s dionicima i sa svim ciljnim skupinama omogućit će izravan pristup svim relevantnim informacijama te time postaviti učinkovite temelje provedbe projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“, kao i održivost istog nakon završetka.

Obzirom da se veliki dio marketing plana odnosi primarno na suradnju partnera i ključnih dionika i javnosti, općenito građane Republike Hrvatske, u nastavku se nalazi presjek komunikacijskih kanala prema dobnoj skupini.

Ciljna skupina	Preporučeni medij za komunikaciju
Djeca (0-14 god.)	Vrtići, škole, tematske igre, brošure, slikovnice, društvene mreže, jumbo plakati
Mladi (15-19 god.)	Društvene mreže (Instagram, Facebook, Youtube ...), lokalne radio postaje, jumboplakati i ostali plakati i brošure na pojedinim lokacijama
Zrela dobna populacija (20-64 God.)	Web stranice, društvene mreže, tiskani mediji, lokalne radio postaje, televizija, jumbo plakati i ostali plakati i brošure na ciljanim pozicijama (centri gradova, trgovine, jumbo plakati i ostali plakati na pojedinim lokacijama)
Starija dobna populacija (65+ God.)	Tiskani mediji, lokalne radio postaje, televizija, brošure na ciljanim pozicijama (centri gradova, tržnice, domovi zdravlja, trgovine, jumbo plakati i ostali plakati na pojedinim lokacijama)

Komunikacijske mjere i alati

Budući da projekt „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ uključuje širok spektar dionika, održavanje redovite komunikacije od izrazite je važnosti, stoga identificirane komunikacijske mjere i alati trebaju osigurati jasne i otvorene komunikacijske kanale kako bi se olakšala provedba definiranih projektnih aktivnosti i mjera. Komunikacijske aktivnosti provodit će se kontinuirano i prilagođeno dionicima i ciljnim skupinama.

VIZUALNI IDENTITET – svrha jedinstvenog i karakterističnog vizualnog identiteta je osigurati vidljivost i prepoznatljivost projekta kroz sve komunikacijske aktivnosti

SLUŽBENA WEB STRANICA – predstavlja glavni izvor informacija za sve dionike kao i zainteresiranu javnost. Poslužit će kao platforma informiranja kako o strateškim ciljevima i prioritetima tako i o tijeku i učincima provedbe projekta. Za potrebe vidljivosti projekta nadogradit će se web stranica projekta u sklopu već postojeće web stranice Prijavitelja. Web stranica će također imati i izravne poveznice s kanalima na društvenim mrežama.

MEDIJSKA VIDLJIVOST – priopćenja za medije, radio i TV promidžba. Ovaj alat omogućuje protok informacija do najšire publike. Kanaliziranjem informacija putem medija postavit će se temelji za ostvarenje interakcije sa širom javnosti. Mediji će imati značajnu ulogu u prijenosu informacija ciljnim skupinama kako bi se podigla svijest o značaju projekta te učincima provedbe.

DOGADANJA – javno predstavljanje projekta, informativni događaji i drugi oblici direktne komunikacije sa zainteresiranom javnošću kao što su konferencije za medije, okrugli stolovi, promotivna i edukacijska događanja i radionice. Predlaže se da se u sklopu projekta provede završna konferencija s ciljem predstavljanja postignućima projekta i zaključcima provedenog projekta.

INFORMATIVNI/PROMOTIVNI MATERIJALI – distribucija promidžbeno edukativnih letaka s osnovnim podacima o projektu, A3 plakata, brošura, kemijskih olovkaka, promotivnih vrećica i ostalih promotivnih materijala uvelike će doprinijeti promidžbi i vidljivosti projekta. Također je predviđeno snimanje završne konferencije s ciljem informiranja javnosti o podršci EU putem dodjele bespovratnih sredstava te će biti emitiran u elektroničkim medijima, internetskim portalima i društvenim mrežama.

ELEKTRONIČKA POŠTA – služit će u svrhu redovitog službenog komuniciranja svih dionika uključenih u provedbu Projekta.

INTERNA KOMUNIKACIJA – omogućit će podizanje informiranosti i educiranosti partnera o projektu, tijekom provedbe te ostvarenim rezultatima. Radna komunikacija obavljat će se na dnevnoj bazi putem, telefona, elektronske pošte, web konferencija i sastancima partnera.

INTERNET/DRUŠTVENE MREŽE – iznimno važan medij, komunikacija putem društvenih mreža predstavlja brzo i kvalitetno slanje i razmjenu informacija, ali i dobivanje povratnih informacija.

Izbor odgovarajućeg komunikacijskog pristupa i alata osigurava da se poruka prenese na najučinkovitiji i najkraći način do određene ciljne skupine. Također, korištenje pravog komunikacijskog alata omogućava dvosmjernu komunikaciju koja je usmjerena na ostvarivanje ciljeva postavljenih marketing planom.

Ključne poruke

Kako bi se željeni ciljevi projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ lakše ostvarili, jedna od najbitnijih stavki u provedbi komunikacijske strategije je definiranje svih ključnih poruka koje prenosimo prema ciljanim skupinama.

Nositelj projekta i njegovi partneri će, sukladno glavnom cilju koji je postavljen, promovirati sljedeće ključne poruke:

1. povećanje kvalitete života,
2. poboljšanje psihosocijalnog stanja,
3. poboljšanje općeg zdravstvenog stanja kako bi se mogli sudjelovati u više aktivnosti društvenog života i povećati svoje kapacitete,
4. pružanje usluga savjetovanja i psihosocijalne pomoći,
5. veća socijalna uključenost i bolja kvaliteta života ciljane populacije,
6. unapređenje zdrave socijalizacije,
7. pozitivna slika branitelja u javnosti,
8. projekt financiran sredstvima Europske unije (Europski socijalni fond).

Marketing plan

Marketing plan se izrađuje na temelju prethodno definiranih smjernica te određuje okvir za ostvarivanje ciljeva projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“, detaljno razrađujući aktivnosti i mjere informiranja i vidljivosti.

Kao ključni dokument koji razrađuje pojedine marketinške aktivnosti u okviru specifičnih ciljeva marketing plan definira i ciljne skupine, indikativan vremenski slijed aktivnosti, mehanizme upravljanja i provedbe te praćenje provedbenih aktivnosti.

Kontinuirana kontrola pravovremene i kvalitetne provedbe svih definiranih marketing aktivnosti osigurana je kroz redovnu komunikaciju i koordinaciju te održavanje sastanaka projektnih partnera.

Projektni partneri svjesni su širokog kruga dionika i ciljnih skupina koje je potrebno aktivno uključiti u provedbu projekta, ne samo zbog vidljivosti i prepoznatljivosti projekta, već zbog osiguranja kvalitete rezultata projekta, njihove prilagođenosti krajnjim korisnicima te njihove dugoročne održivosti.

Aktivnosti u okviru ovog marketing plana provodit će se cijelo vrijeme tijekom trajanja projekta i sukladno potrebi revidirat će se na godišnjoj razini kako bi se aktivnosti prilagodile potrebama i tijeku provedbe projekta.

Marketing aktivnosti

Ciljevi marketing plana realizirat će se provedbom definiranih marketing aktivnosti. Marketing aktivnosti utvrdit će se marketing planom koji će se, u skladu s potrebom, revidirati na godišnjoj razini kako bi se aktivnosti prilagodile potrebama provedbe projekta.

Ciljevi marketing aktivnosti mijenjat će se sukladno fazi u kojoj se nalazi provedba.

Na početku provedbe, marketing aktivnosti bit će usmjerene na promociju strateških ciljeva i prioriteta, a u kasnijoj fazi naglasak će biti stavljen na rezultate provedbe.

Glavne marketing aktivnosti projekta:

- Nadogradnja web stranica projekta u sklopu već postojeće web stranice Prijavitelja,
- Implementacija informativnih, promotivnih i medijskih kampanja,
- Izrada i distribucija informativno-edukativnih materijala,
- Organiziranje promotivnih događaja i konferencija,
- Pravodobno i strukturirano objavljivanje korisnih informacija na službenoj kartici web stranice i društvenim mrežama,
- Informativne i promotivne aktivnosti na društvenim mrežama,
- Jačanje vizualnog identiteta projekta kroz uporabu jedinstvenog logotipa,
- Istraživanja, analize i vrednovanja provedenih aktivnosti.

Zajedničke marketing aktivnosti obuhvaćene specifičnim komunikacijskim ciljevima

Komunikacijska strategija i vizualni identitet

Komunikacijska strategija predstavlja ključni dokument po kojem se utvrđuju, razrađuju aktivnosti informiranja, komuniciranja i vidljivosti za projekt u razdoblju njegove provedbe. Također, predstavlja glavne smjernice za definirane projektne aktivnosti kako bi se postigla visoka razina komunikacije s ključnim dionicima i ciljnim skupinama. Vizualni identitet ključan je za unificiranje i povezivanje cjelokupne dokumentacije i promotivnih materijala te za prepoznatljivost Projekta među svim ciljnim skupinama.

Komunikacijski alati

Web stranica kao glavni izvor informiranja o projektu „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ sadrži ključne informacije o tijeku provedbe, informativnim događanjima, evaluacijskim aktivnostima i drugim segmentima provedbe projekta. Redovno ažuriranje informacija vršit će se u odnosu na objavu vijesti, najave događanja, objavu popisa radionica i slično. Za potrebe vidljivosti projekta nadogradit će se web stranica projekta u sklopu već postojeće web stranice Prijavitelja. Sve informacije redovito će se dijeliti i objavljivati i putem ostalih komunikacijskih kanala, te će biti pomno pripremljene, ovisno o vrsti komunikacijskog kanala.

Kako bi se ubrzao protok informacija i donošenja odluka, preporučuje se implementacija web platforme za komunikaciju i kolaboraciju. Korištenjem aplikativnog sustava za kolaboraciju postiže se maksimalno povećanje brzine razmjene informacija, smanjenje broja razmijenjenih e-mail poruka, transparentnost komunikacije i sigurnost cjelokupne interne komunikacije vezane uz projekt. Web platforma kao zasebni alat interne komunikacije projektnih partnera i razmjene svih relevantnih informacija (dokumenti, slike, video) također mora biti redovno ažurirana.

Promotivni materijali i film

Promotivni materijali neophodni su za uspješno širenje ključnih poruka te igraju važnu ulogu u komunikaciji s ciljnim skupinama.

Kako bi se na primjeren i uspješan način predstavio projekt „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ i događanja koja imaju za cilj osigurati prepoznatljivost njegovih rezultata i njegovu dugoročnu održivost, osobito je važno staviti naglasak na oblikovanje promotivnih materijala. U izradi promotivnih materijala uzet će se u obzir propisana pravila za vidljivost projekata sufinanciranih sredstvima Europske unije. Također se predlaže snimanje završne konferencije s ciljem informiranja javnosti o podršci EU putem dodjele bespovratnih sredstava te će biti emitiran u elektroničkim medijima, internetskim portalima i društvenim mrežama.

Organizacija promotivnih događanja

Kako bi zadržali visoku razinu informiranja i komunikacije te poticali kontinuirani dijalog sa svim ciljnim skupinama na svim razinama (nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj) organizirat će se informativna događanja.

Medijske i informativne kampanje, oglašavanje na televiziji, radiju, tiskanim medijima i internetskim portalima provodit će se s ciljem podizanja svijesti o važnosti projekta i njegovim rezultatima.

U sklopu projekta predlaže se održavanje završne konferencije s ciljem predstavljanja postignućima projekta i zaključcima provedenog projekta. Također se predlaže snimanje završne konferencije s ciljem informiranja javnosti o podršci EU putem dodjele bespovratnih sredstava te će biti emitiran u elektroničkim medijima, internetskim portalima i društvenim mrežama. S obzirom da će sva događanja biti najavljena i na službenim web stranicama Prijavitelja i partnera u projektu, ista mogu poprimiti i međunarodni karakter.

Edukativni materijal

Edukativni materijali izradit će se na hrvatskom jeziku.

Promidžbeno edukativni letci s osnovnim podacima o projektu imaju za cilj na sve ciljane skupine prenijeti znanje o važnosti pružanja adekvatne usluge pomoći u kući i usluge zdravstvene skrbi. Ciljana skupina bi se kroz edukativne materijale upoznali s uslugama i svim koristima koje te usluge nude. Upoznali bi se sa ključnim uslugama koje se nude u sklopu projekta, odnosno pružanje usluga u kući u obavljanju svakodnevnih životnih aktivnosti te pružanje usluga zdravstvene skrbi.

Sadržaj i razina prezentacije prilagodit će se dobnoj skupini ciljnih grupa.

Marketing plan – prikaz

Marketing plan prikaz je potrebnih komunikacijskih mjera odnosno radnji koje doprinose ostvarenju ciljeva marketing strategije.

Kroz pomno definirane marketing aktivnosti putem planiranih komunikacijskih kanala potrebno je učiniti vidljivima realizaciju aktivnosti i provedbu projekta. S tim u skladu važno je s radom upoznati ključne dionike, širu i užu javnost te sve ostale kojih se pasivno i indirektno ovakav dokument tiče na bilo koji način.

Plan primjenjiv za cijelo vrijeme trajanja procesa provedbe projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“

(Marketing plan revidira se po potrebi)

Cilj API	Ciljne skupine	Projektne aktivnosti	Komunikacijske mjere i alati	Vrijeme Izvršenja	Ciljni pokazatelj
<p>Zapošljavanjem osobnih pomoćnika/ica kao i gerontodomaćina/ice, sukladno realnim potrebama korisnika osiguran im je kvalitetniji i dostojanstven život umjesto da su prisiljeni odreći se neovisnosti preći u instituciju.</p>	<p>Projektne partneri, ključni dionici</p>	<p>1.1. – 1.16</p>	<p>1. Interna komunikacija 2. Redovito izvještavanje 3. Elektronska pošta 4. Web platforma za komunikaciju i kolaboraciju</p>	<p>Do kraja provedbe projekta</p>	<ul style="list-style-type: none"> - zaposleno je 9 osoba (3 gerontodomaćina/ice i 6 osobnih pomoćnika/ice) čiju uslugu koristi 50 pripadnika ciljne skupine; - 50 pripadnika ciljne skupine je povećana kvaliteta života u obavljanju svakodnevnih životnih aktivnosti; - osposobljeno je 3 gerontodomaćina/ice (zaprmljeni certifikati po završetku osposobljavanja); - nabavljeno službeno vozilo za uslugu prijevoza i pratnje pripadnika ciljne skupine; - osposobljeno je 6 osobnih pomoćnika/ice putem tečaja zaštite na radu (zaprmljeni certifikati po završetku tečaja); - nabavljena oprema za provedbu projektnih aktivnosti (povezanih s pružanjem usluga ciljnim skupinama).

Cilj AP2	Ciljne skupine	Projektna aktivnost	Komunikacijske mjere i alati	Vrijeme Izvršenja	Ciljni pokazatelj
<p>Pružanjem usluge zdravstvene skrbi u domu korisnika osiguran im je prilagođeni pristup potrebne pomoći i njege, te putem edukacija o važnosti zdrave prehrane i vježba koje mogu samostalno izvoditi stvoren je dobar temelj za stvaranje novih zdravijih životnih navika.</p>	<p>Projektne partneri, ključni dionici</p>	<p>2.1. – 2.3</p>	<p>1. Interna komunikacija 2. Redovito izvještavanje 3. Elektronska pošta 4. Web platforma za komunikaciju i kolaboraciju</p>	<p>Do kraja provedbe projekta</p>	<p>- zaposlena 1 medicinska sestra/tehničar; - nabavljena oprema za pružanje usluge zdravstvene skrbi; - održane 2 edukacije o važnosti zdrave prehrane i vježbanja na zdravstveno stanje (medicinska sestra/tehničar); - pružanje usluga zdravstvene skrbi za 15 pripadnika ciljne skupine koje zadovoljavaju različite potrebe pripadnika ciljne skupine.</p>

Cilj V	Ciljne skupine	Projektne aktivnost	Komunikacijske mjere i alati	Vrijeme Izvršenja	Ciljni pokazatelj
<p>Postići vidljivost i prepoznatljivost projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ i njegovih rezultata</p>	<p>Projektne partneri, ključni dionici, opća javnost, mediji</p>	<p>V.1. – V.3</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oblikovanje vizualnog identiteta 2. Uspostava središnje web platforme za komunikaciju i kolaboraciju 3. Interna komunikacija i koordinacija dionika 4. Internetska stranica 5. Dostupnost informacija na internetu 6. Brošure, publikacije 7. Održavanje javnih događanja 8. Osiguranje medijske vidljivosti 	<p>Do kraja provedbe projekta</p>	<ul style="list-style-type: none"> - izrađen vizualni identitet projekta; - izrađen promo materijal (brošura, letaka, A3 plakata, promotivnih vrećica, kemijskih olovaka i sl.); - informacije o provedbi projekta objavljivane na društvenim mrežama i 5 web stranica (3 objave mjesečno); - nadogradnja 1 web stranica.

Cilj PM	Ciljne skupine	Projektna aktivnost	Komunikacijske mjere i alati	Vrijeme Izvršenja	Ciljni pokazatelj
<p>Osigurati učinkovito upravljanje projektom te ispravnu, kvalitetnu i pravovremenu provedbu projekta</p>	<p>Projektne partneri, ključni dionici, opća javnost, mediji</p>	<p>PM.1. –PM.3</p>	<p>1. Interna komunikacija 2. Redovito izvještavanje 3. Elektronska pošta 4. Web platforma za komunikaciju i kolaboraciju</p>	<p>Do kraja provedbe projekta</p>	<p>- održano 12 sastanaka svih projektnih partnera/projektnog tima; - izrađeno 7 izvješća o napretku provedbe; - izrađeno završno izvješće o napretku.</p>

Praćenje i vrednovanje

Kontrola, izvještavanje i evaluacija provedbe marketing plana izvršit će se krajem svake godine kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri su definirane komunikacijske aktivnosti provedene, a postavljeni komunikacijski ciljevi realizirani. Evaluacija marketing plana predviđa redovitu procjenu te provjeru postizanja ciljeva kroz praćenje pokazatelja uspješnosti i povratne informacije koje će omogućiti prilagodbu komunikacijskih pristupa kako bi se osiguralo postizanje najučinkovitijih rezultata. Ocjenjivat će se po kriteriju planirano/učinjeno i u skladu s dobivenim rezultatom korigirati će se komunikacijski pristup i izmijeniti marketing plan za narednu godinu. Vrlo važni elementi praćenja i vrednovanja provedbe ovog marketing plana jesu praćenje i analiza medijskih objava kao i vrednovanje u neposrednoj komunikaciji s ciljnim skupinama. Primjer praćenja rezultata:

Naziv aktivnosti	Opis aktivnosti	Proračun i vremenski period	Rezultati
Konferencija za medije	Detalji i opis aktivnosti (npr. slanje priopćenja za medije – koliko ih je poslano, na koliko adresa, tema priopćenja)	Proračun utrošen u aktivnosti te datum kada se odvija	Koliko je priopćenja objavljeno
Distribucija promotivnih materijala	Detalji i opis aktivnosti	Proračun utrošen u aktivnosti te datum kada se odvija	Koliko je promotivnih materijala izrađeno/podijeljeno
Održavanje edukacija	Detalji i opis aktivnosti	Proračun utrošen u aktivnosti te datum kada se odvija	Broj sudionika Rezultati anketa

Za potrebe procjene uspješnosti provedbe komunikacijske strategije pratit će se:

1. Broj sudionika na organiziranim događanjima
2. Broj objava u el. medijima o provedbi projekta
3. Broj izrađenih promotivnih materijala
4. Broj pregleda web stranice projekta

Prilozi

- ✓ Smjernice za izradu vizualnog identiteta projekta projekt „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“
 - ✓ Smjernice za primjenu web platforme za komunikaciju i kolaboraciju
- ✓ Smjernice za primjenu Facebook / Twitter / Instagram / Youtube kanala
 - ✓ Informiranje, komunikacija i vidljivost projekata (ESI fondovi)
 - ✓ Vremenski tijek provedbe marketing aktivnosti

Smjernice za izradu vizualnog identiteta projekta projekt „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“

Izrada vizualnog identiteta projekta projekt „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ temelj je za uspješnu komunikaciju. Kako bi postigli sve marketinške ciljeve, a time i generirali što veću i kvalitetniju vidljivost, izrada vizualnog identiteta je ključna komponenta za prepoznatljivost.

Minimalan preporučeni vizualni identitet projekta:

- Dizajn i izrada logotipa
- Izrada knjige standarda
- Izrada web platforme za komunikaciju i kolaboraciju i Internet stranica
- Dizajn vizuala za društvene mreže i događaje

Grafički dizajn logotipa, dizajn vašeg vizualnog identiteta i brand-iranje imaju različite i bitne uloge koje zajedno uvjetuju sam imidž. Definiranjem jedinstvenog logo-a u najjednostavnijem vizualnom obliku identificiramo projekt. Kroz knjigu standarda razrađujemo smjernice o korištenju svih vizuala kroz mnoštvo medija koristeći izabrane palete boja, fontove, makete predložaka, mjere i ostalo. Knjiga standarda osigurava da je vizualni identitet projekta stalan, prepoznatljiv na svim razinama te da u cjelini čini jedan brand.

Vizualni identitet projekta čine dijelom predloženi:

- Logotip (grafički simbol kompletnog identiteta i brand-a)
- Poslovni dokumenti (memorandumi, posjetnice, kuverte, itd.)
- Sredstva promocije (letci, brošure, katalozi, knjige, internet stranice, itd.)

Potrebno je napomenuti da je u dizajnu i izradi vizualnog identiteta projekta, potrebno uzeti u obzir obilježja geografskog područja realizacije projektnih aktivnosti i usuglasiti dizajn sa svim projektnim partnerima i eventualno njihovim postojećim vizualima.

Grafički prikaz izrađenog logotipa projekta:



Logotip izrađen za potrebe projekta simbolički prikazuje zajedništvo (tri osobe koje se drže za ruke) i cjelinu (potpuni zatvoreni krug), što na grafičkoj razini predstavlja ključne ciljeve ovoga projekta. Tri osobe koje se drže za ruke označavaju tri županije koje su izravno uključene u ovaj projekt: Bjelovarsko-bilogorsku, Varaždinsku i Zagrebačku županiju. Potpuni zatvoreni krug simbolizira suživot i napredovanje u zajednici, međusobno poticanje i snagu kolaborativnog zajedništva.

Predlaže se na promotivnim materijalima i medijskim objavama kontinuirano korištenje ovoga logotipa, kako bi se postigla prepoznatljivost projekta i na grafičkoj razini. Bitno je napomenuti kako je uz ovaj logotip potrebno koristiti i ostale obavezne logotipe kao znakove vidljivosti projekta, a sukladno uputama „Informiranje, komunikacija i vidljivost projekata (ESI fondovi)“.

Smjernice za primjenu web platforme za komunikaciju i kolaboraciju

Svrha privatne web platforme za komunikaciju i kolaboraciju je brza razmjena svih potrebnih informacija između partnera na projektu.

Web platforma za komunikaciju i kolaboraciju se koristi kao značajno sredstvo kako u vertikalnoj, tako i u horizontalnoj poslovnoj komunikaciji. Zaposlenici mogu surađivati on-line, planirati, projektirati i razvijati poslovanje u realnom vremenu neovisno što članovi tima mogu biti zemljopisno odvojeni. Putem web preglednika i dodatnih alata moguće je editiranje dokumenata (više korisnika može pregledavati i uređivati iste dokumente), a time se smanjuju operativni troškovi i ubrzava sa „dijeljenje znanja“ na samom projektu.

Potrebe za korištenjem web platforme za komunikaciju i kolaboraciju na projektu vidljive su iz sljedećih napomena:

- dislociranost partnera
- velika količina dokumenata koje je potrebno razmjenjivati, s jasnom evidencijom izmjena pojedinih dijelova
- pohranjivanje svih relevantnih dokumenata i el. komunikacije na jedinstvenom mjestu
- smanjenje korištenja e-mail servisa
- jednostavno i centralizirano upravljanje korisnicima i pravima pristupa pojedinim dijelovima web aplikacijskog sustava
- jasno dodjeljivanje zadataka
- korištenje „chat“ funkcija zbog brze razmjene poruka
- jednostavno i brzo pretraživanje sadržaja
- dostupnost 24/7 nevezano na lokaciju
- centralizacija svih relevantnih internih i eksternih kontakata
- izrada više relevantnih kalendara s pripadajućim obavijestima o rokovima i sl.

Odabir tehnologije i način implementacije ovisit će o dogovoru između projektnih partnera i načinu financiranja. Preporuča se korištenje sigurnih tehnoloških platformi s mogućnošću kontroliranog smještaja podataka i svih ostalih sigurnosnih elemenata koji danas predstavljaju standard u izradi web aplikacija. Također, na tržištu danas postoji i nekoliko „gotovih rješenja“ koje je potrebno prilagoditi potrebama korisnika, a zadovoljavaju sve navedene preduvjete.

Smjernice za primjenu Facebook / Instagram / Youtube kanala

U Hrvatskoj je danas aktivno oko 1,5 milijun korisnika Facebook mreže. Obzirom na doseg, ali i samu bit projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ preporuča se umjerena kampanja digitalnog marketing mix-a, s ne previše plaćenih objava. Facebook nudi velike mogućnosti ciljanja publike, obzirom na lokaciju, demografiju, posao i obrazovanje, interese i sl. Kombiniranjem svega navedenog (uključujući i dodatne opcije) možemo jasno definirati i pratiti publiku i predstaviti im projekt. Slične opcije dostupne su i na Twitter-u.

Instagram je s druge strane trenutno najpopularnija aplikacija za obradu i dijeljenje fotografija i videozapisa. U Hrvatskoj je danas aktivno okvirno 1 milijun korisnika. Proces stvaranja Instagram oglasa identičan je kao i za Facebook oglase. Uz standardno brojne mogućnosti za definiranje marketinških kampanja, Instagram omogućava: predstavljanje projekta „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ u ležernijem tonu.

YouTube u Hrvatskoj ima doseg do okvirno 65% populacije. Preporuka je otvaranje zasebnog kanala za projekt „Budimo zajedno (Bjelovarsko-bilogorska županija, Varaždinska županija i Zagrebačka županija)“ s aktivnim ciljanjem (Youtube channel targeting, kontekstualno ciljanje, ciljanje ključnih riječi i korisnika, demografske skupine).

Broj samih objava ovisit će naravno o količini spremnog digitalnog materijala/gotovih kampanji, ali je preporuka u svakom slučaju da se na mjesečnoj bazi obavezno stavi minimalno dvije objave na odabrane društvene mreže (Facebook, Instagram, Twitter).

Informiranje, komunikacija i vidljivost projekata (ESI fondovi)

Navedene upute za korisnike vezane uz mjere informiranja i komunikaciju o projektima (operacijama) sufinanciranih u okviru europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova u razdoblju 2014. - 2020., od 1. lipnja 2015. godine obvezujuće su za sve korisnike sredstava čiji su projekti (operacije) sufinancirani iz Europskog fonda za regionalni razvoj (EFRR), Europskog socijalnog fonda (ESF) i Kohezijskog fonda (KF) u razdoblju 2014.- 2020. Upute su sastavljene kako bi se osiguralo da projekti (operacije) koje sufinancira Europska unija uključuju mjere informiranja i komunikacije u cilju podizanja svijesti građanima Unije o ulozi i ostvarenjima kohezijske politike i fondova, kao i o rezultatima i učincima ove podrške.

Upute služe kao pomoć korisnicima sredstava ESI fondova, prilikom ispunjavanja njihovih obveza vezanih uz informiranje i komunikaciju o projektima (operacijama) sufinanciranih iz (operativnih) programa za razdoblje 2014.-2020. – Konkurentnost i kohezija i Učinkoviti ljudski potencijali, a koje su propisane relevantnim regulativama Europske komisije i nacionalnim dokumentima.

Upute obuhvaćaju:

- pregled svih obveza i mjera vezanih uz informiranje i komunikaciju o projektima
- smjernice vezano uz provedbu obveznih i nekih od najčešćih komunikacijskih alata koji se koriste u svrhu informiranja i komunikacije o projektima
- smjernice vezane uz ispravno korištenje i reprodukciju elemenata vidljivosti

Navedena publikacija može se pronaći na [ovom](#) linku.

Vremenski tijek provedbe marketing aktivnosti

U skladu sa marketing planom u nastavku se dostavlja predložak vremenskog tijeka provedbe marketing aktivnosti koji je usklađen sa vremenskim tijekom provedbe projektnih aktivnosti.

Opis aktivnosti	1. godina provedbe												2. godina provedbe											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Izrađen vizualni identitet projekta	■	■																						
Izrađeni promo materijali:																								
1. brošura	■	■	■	■	■																			
2. letak	■	■	■																					
3. promo vrećica	■	■	■																					
4. A3 plakat	■	■	■																					
5. kemijske olovke	■	■	■																					
Distribucija promo materijala		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Nadogradnja web stranice	■	■	■	■																				
Promocije preko društvenih mreža (Facebook)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Objave na web stranici Prijavitelja i partnera u projektu	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Evaluacija provedenih marketing aktivnosti					■							■									■			
Revidiranje marketing plana												■												



Udruga
RAST



Sadržaj ove publikacija isključiva je odgovornost Udruga specijalne policije iz Domovinskog rata RH.